



纪念币热销背后是投资意识增强 普通币或更具收藏价值 金银币侧重投资属性

记者 舒姿

12月19日零时起,鼠年纪念币预约火爆。从2015年首次采用预约兑换方式发行纪念币以来,秒杀一词频频出现在发行普通纪念币之时。究其原因,纪念币热销背后是投资意识的增强。

央行背书促进纪念币热销

与国债一样,各类纪念币的发行主体为中国人民银行,即俗称的央行。正是有了央行背书,使得普通投资者会放心购买。

同时,国家采取了严格的渠道管理。今年中国金币总公司对主要销售渠道商业银行、中国金币特许零售商实行了严格的渠道监管政策,既防止黄牛囤积居奇变相炒作,又严厉打击渠道倾销抛货等扰乱市场行为,切实保障投资者权益。

另一方面,纪念币高超的制作工艺,深受投资者喜爱。2020年鼠年纪念币上的写实鼠玲珑小巧,毛发可

见,充分体现出鼠的灵动机敏。与之相比,取自剪纸艺术的民间装饰鼠,则通过拟人化的艺术表达,使得正在把玩一串葡萄的红色小鼠,眉眼俏皮,姿态动人。

今年以来,黄金白银大幅上涨,在原料大幅上涨的前提下,投资者发现鼠年主力品种本色金银币和彩色金银币与去年猪年这两个品种的初始发行价格变化不大。中国金币总公司初始发售的3克鼠年本色金和3克鼠年彩色金价格分别是1660元和1700元,而去年3克猪年本色金和彩色金价格分别是1570元和1610元,变化不大。

各种因素的叠加下,使得纪念币成为投资收藏、节前馈赠亲友的选择之一。

纪念币投资收藏属性稳定

2003年发行首个羊年普通纪念币时,发行数量为1000万枚,面值1元,采用黄铜合金。从发行量上看,首轮纪念币基本单位都是万,而第二

轮纪念币发行量最少的是生肖羊币,也已经达到了8000万枚的发行量,后期的普通纪念币更是动辄上亿枚甚至数亿枚。

说到投资价值,业内人士认为,普通纪念币由于发行量较大,其投资价值相对较小,最大的用途是用作纪念收藏。而金银纪念币在具备收藏价值的同时其投资价值相对也较高,但也不会涨得太离谱。

值得一提的是,金银纪念币的题材和工艺效果是判断投资价值的参考标准,发行量的多少,是决定投资价值 and 潜力的重要因素。业内人士表示,金银纪念币与熊猫币等一样,适合作为一个长期的投资项目,成为资产配置的重要补充。

此外,投资伴随着风险,投资者首先要分辨出投资物的真伪,除了金银纪念币外,普通纪念币也是有防伪标志的,购买时切记擦亮眼睛。纪念币投资周期较长,对于普通投资者,最好不要占用较多的投资资金和精力。

工行特色主题 借记卡发售中

文化与财富并存
满足客户的个性化需求

记者 舒姿

最近市面上的工行特色主题借记卡成了颜值担当,它们一经推出便受到客户欢迎。接下来,让我们来看看它们的特点吧。

如意凤凰卡。卡面设计源自传统吉祥图案,凤凰牡丹。凤凰为百鸟之王,象征吉祥如意,牡丹为百花之王,象征富贵安康。如意凤凰卡将吉祥与财富寓意相结合。

聚财财神卡。卡面使用传统吉祥图案,辅以先进制卡工艺,让借记卡承载了中华文化符号,其设计源自传统吉祥图案,聚财财神,文化与财富和谐共存。

萌娃卡、萌宠卡。萌娃卡和萌宠卡是工商银行在借记卡卡面个性化定制方面的一次大胆创新。客户可以自选图片,通过精美的影印工艺,让宝贝生动活泼的形象跃然卡上。通过定制一款专属萌娃卡,可以从小为宝贝积累成长财富,培养孩子健康的财富观念,让他们树立起良好的理财意识。萌宠卡是为热爱宠物、拥有家养宠物的人群量身定制的。该卡支持宠物真实图片全卡面定制服务,让每一名客户都可以拥有一张专属自己爱宠图片的借记卡,记录爱宠的美好时光。

幸运符定制卡。幸运口号包含“脱单”“瘦”“逢考必过”“永吃不胖”等美好愿望,可搭配十二星座彰显个性身份。卡面包括红色、蓝色、星空版三种选择。

故宫卡。卡面运用故宫建筑与文物来展现博大精深、瑰丽多彩的中华文化,辅以先进制卡工艺,呈现出精雅古朴的视觉效果。春卡以“瑞鹤高飞”为主题,取材于故宫藏“清雍正黄地绿彩白鹤纹碗”,搭配故宫午门图案组成卡面;夏卡以“鱼化龙升”为主题,取材于故宫藏“明嘉靖五彩鱼藻纹盖罐”;秋卡以“今宵团圆”为主题,以故宫角楼与中秋圆月为卡面;冬卡以“万金荷包”为主题,取材于故宫藏“明清宫廷荷包”,卡面“万”字则取自故宫春联。

麒麟卡。麒麟吐书卡卡面设计源自中国传统吉祥图案“麟吐玉书”。有家庭添丁、旺文助学、建功立业、传承文化等美好寓意。麒麟献宝卡卡面设计源自中国传统吉祥图案“麒麟献宝”。既有个人事业兴盛之祝福,又有家庭和美之祝愿。

据了解,上述卡片除了卡面样式别具中国传统文化特色,也具备工行标准借记卡的全部金融功能,储蓄理财、转账汇款、刷卡消费、自助服务等个人金融业务。客户可前往工商银行各网点即可将特色主题借记卡领回家(定制卡片除外)。同时,定制卡全部通过线上申办,线上渠道包括中国工商银行客户服务微信公众号、工行手机银行、码上赢、工银e生活APP等。

浙商证券永康党支部扶“薄”帮困

记者 舒姿

近日,为贯彻落实市委市政府开展“百个部门百强企业扶帮村”活动的部署要求,浙商证券永康党支部全体党员来到舟山镇红柿园村进行帮扶。党员们将爱心食品搬运到村民活动中心,分发给困难群众,并捐资两万元给红柿园村经济合作社。

据了解,红柿园村把村落环境改善和利用土地资源发展经济作物两项工程作为今后工作重点,提高村民的生活水平和改善居住环境。浙商证券永康党支部书记谢江波表示,浙商证券作为我省上市券商,扎根永康二十多年,积极融入地方社会。党支部自2016年成立以来,积极响应市委市政府的号召,贯彻党的十九大精神,履行扶“薄”帮困的社会责任,为我市经济薄弱村的发展贡献力量。



一直以来,浙商证券践行“同创、同享、同成长”的企业文化,积极投身

公益事业。这不仅增强了党员的责任意识,同时也提升了浙商证券良好的社会形象。

六大国有银行全都开出理财子公司 各类理财产品发售进入 蜜月期

记者 舒姿

近日,农银理财隆重推出首款混合类理财产品“农银进取·科技创新2019年第1期人民币理财产品”,该产品通过公募基金参与科创板打新,投资门槛为10万元。

随着邮储银行理财子公司中邮理财开业,至此,六大国有银行全都开出了理财子公司。投资者发现银行理财子公司的投资团队以优良的投资运作能力和严格的风险控制措施,为他们的资金提供专业稳健的各项服务。

那么,目前这六家国有大行的理财子公司都在发行什么样的产品?

记者帮您梳理现有的国有大行理财子公司产品。

1元理财是理财子公司面市时送给广大投资者的“见面礼”。工农中建交五家银行的理财子公司均有1元起投产品。目前,已开业的理财子公司共发行了近60款产品,主要以固收类、混合类和权益类产品为主。同时,各家理财子公司也均推出了特色产品。如中银理财在其常规系列中加入了外币系列产品,并推出了“乐享7天”等流动性较好的产品,建信理财则围绕粤港澳大湾区推出了相关产品,交行则推出了与上海要素市场和长三角一体化等相关的主题产品。

在风险等级上,已有的理财子公司理财产品主要集中在中低风险和中等风险,也有理财子公司推出了较低风险。

那么,投资者面对日渐庞大的理财子公司产品市场,在选择产品时该注意什么?业内人士表示,理财子公司与传统理财产品存在不小的差异,最大的区别之一就是理财子公司推出的多为净值型产品。理财子公司发行的产品投资范围更广,可投资股票等权益类产品,起投金额更低,可销售的渠道也更广。投资者在购买产品时需做好选择,有“理财非存款,产品有风险,投资意识,充分考虑自己的可用资金和风险承受能力”。